

УДК 81'37+81'42

Безугла Л.Р.

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

РОЛЬ ПРЕСУПОЗИЦІЇ У СТВОРЕННІ КОМІЧНОГО ЕФЕКТУ В НІМЕЦЬКОМОВНОМУ АНЕКДОТІ

Анотація. У статті встановлюються типи пресупозиційних імплікатур та їхня роль у створенні комічного ефекту в німецькомовному анекдоті. Актуалізація пресупозиції відбувається на ґрунті: 1) інтендування мовцем фактивної, лексичної або структурної пресупозиції висловлення; 2) імпліцитного заперечення адресатом екзистенційної пресупозиції висловлення мовця. Інтендована пресупозиція висловлення використовується автором анекдоту в гумористичному пуанті в якості пресупозиційної імплікатури. Актуалізація пресупозиційної імплікатури в анекдоті відбувається на рівні вертикальної комунікації з можливістю залучення горизонтальної комунікації.

Ключові слова: анекдот, вертикальна комунікація, горизонтальна комунікація, імплікатура, пресупозиція, пуант.

Bezugla L.R.

Kharkiv National Vasyl Karazin University

ROLE OF PRESUPPOSITION IN CREATING COMIC EFFECT IN GERMAN JOKE

Summary. The article establishes the types of presuppositional implicatures and their role in creating a humorous effect in German joke. Actualization of the presupposition takes place on the basis of: 1) the speaker's intending a factual, lexical or structural presupposition of the utterance; 2) the addressee's implicit negation of the existential presupposition of the speaker's utterance. An intended presupposition is exploited by the author of the joke in a humorous point as a presuppositional implicature. Actualisation of the presuppositional implicature in the joke occurs at the level of vertical communication with the possibility of attracting horizontal communication.

Keywords: joke, horizontal communication, implicature, point, presupposition, vertical communication.

Постановка проблеми. Найпоширенішою формою вираження лінгвістичного гумору в усному мовленні є анекдот – самостійний популярний жанр художнього тексту фольклорного походження, який становить «коротку усну оповідь гумористичного або сатиричного ігратунку з дотепним фіналом» [8, с. 42]. Стилїстичний прийом, який виражає дотепне закінчення анекдоту, називають пуантом або пуйнтом (франц. *pointe* – вістря, гострий кінець) [8, с. 570]. Пуант анекдоту сприймається як звільнення від спричиненої сюжетом напруги та викликає сміх – емоційно-сміхову реакцію на анекдот. Сміх слухача свідчить про те, що він зрозумів пуант.

Пересічний мовець не замислюється над механізмами виникнення комічного ефекту в анекдоті. Але для лінгвіста анекдоти є невичерпаним дослідницьким джерелом, адже в них представлено саме лінгвістичний, вербальний гумор – який виникає на ґрунті мовних засобів, на противагу гумору ситуативному. Навіть якщо в анекдоті презентується певна комічна ситуація, це відбувається за допомогою мови. Тому цей жанр гумористичного тексту завжди надає плідний і актуальний матеріал для лінгвістичного аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основи вивчення анекдоту в лінгвістиці закладено в працях радянських лінгвістів [4; 9; 16, с. 492]. Наразі дослідження продовжуються на матеріалі різних мов [7; 11; 12; 14; 17]. В основі анекдоту лежить категорія комічного, яка вважається однією з найскладніших категорій естетики [3, с. 7]. Когнітивну сутність комічного лінгвісти визначають як інкогруентність, тобто несумісність, недоречність, невідповідність нормі певних ідей, явищ, речей, яка спричиняє сміховий ефект [17, с. 55].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У лінгвістичному гуморі, який протистоїть гумору ситуації, інкогруентність створюється мовними засобами. Зокрема, проявом інкогруентності є імплікатура, оскільки вона базується на порушенні відповідності буквального значення та імпліцитного смислу висловлення. В анекдоті імплікатура може в складі гумористичного пуанту викликати комічний ефект.

Теорія імплікатур П. Грайса [2] перебуває у руслі провідних антропоцентричних напрямків сучасного мовознавства і спроможна слугувати методологічним підґрунтям висвітлення особливостей вербального гумору з позицій когнітивно-дискурсивної парадигми. Проте, гумористичний жанр анекдоту залишається недостатньо вивченим з позицій теорії імплікатур, попри її великий пояснювальний потенціал. Отже, застосування теорії імплікатур як інструмента аналізу вербальних механізмів створення гумористичного ефекту в анекдоті є актуальним завданням прагмалінгвістики.

Мета статті. Метою статті є встановлення типів пресупозиційних імплікатур та їхньої ролі в створенні гумористичного ефекту в німецькомовному анекдоті.

Об'єкт аналізу – німецькомовні анекдоти, що містять пресупозиційні імплікатури – імпліцитні смисли, які інтендуються (свідомо вкладаються у висловлення) мовцем і мають бути виведені адресатом на ґрунті пресупозиції та дискурсивного контексту. У якості ілюстративного матеріалу застосовано німецькомовні анекдоти загальної тематики з інтернет-ресурсу <http://www.witzcharts.de>.

Після окреслення понять імплікатури й пресупозиції дається характеристика комунікативній специфіці анекдоту, після чого розглядаються типи пресупозиційних імплікатур і особливості їхньої актуалізації в анекдоті.

Виклад основного матеріалу. За П. Грайсом, висловлення містить імплікатуру, якщо в процесі мовлення мовець дає можливість адресатові зробити висновок про деякий стан речей, хоча й не говорить прямо, що цей стан речей має місце [2, с. 228]. Інакше кажучи, це такий імпліцитний смисл, який інтендує мовець, тобто має на увазі та свідомо хоче донести до адресата. Розглянемо такий анекдот:

(1) In 10 Jahren gibt's in Deutschland einen Aufstand! Warum? Dann haben die Blondinen die Witze begriffen, die man jetzt über sie macht.

У якості гумористичного пуанту тут виступає висловлення, яке генерує дві імплікатури: $+>> \text{Man macht jetzt Witze über Blondinen, wo sie als dumm dargestellt werden.} +> \text{Die Blondinen sind wirklich dumm, weil sie die Witze erst nach 10 Jahren begriffen haben.}$ (знак $>>$ означає 'пресупонує', знак $>$ – 'імплікує', знак $+>$ – 'інтендується' знак $+>>$ – 'інтендується пресупозиція').

Вербальні й невербальні засоби, які спричиняють активацію імплікатури в свідомості суб'єкта комунікації, називають тригерами імплікатури. Тригер (*trigger*) [19, с. 10], індикатор [6, с. 215], включатель [13, с. 655] або активатор [10, с. 135] імплікатури – елемент висловлення (лексичний або структурний), який ініціює активацію імплікатури в свідомості комуніканта.

Залежно від типу тригера, імплікатури анекдоту мають декілька різновидів. Частотними є пресупозиційні імплікатури, тригерами яких є певні пресупозиції. У логічній семантиці та прагмалінгвістиці пресупозиція висловлення визначається як ретроспективна інференція, що становить умову, порушення якої спричиняє семантичну аномальність висловлення [13, с. 630; 15, с. 57; 18; 24, с. 44].

Пресупозиція є різновидом інференції (виведення) за критерієм напрямку розгортання мисленнєвого процесу. Це ретроспективна інференція (*backward inference*), яка протиставляється імплікації як проспективній інференції (*forward inference*) [18].

Основна логіко-семантична властивість пресупозиції – збереження в разі заперечення пропозиції висловлення, тому для розгалуження імплікацій і пресупозицій використовується тест на заперечення [6, с. 211; 15, с. 50; 25, с. 326]. Якщо в разі заперечення пропозиції висловлення інферована пропозиція зберігається, то вона є пресупозицією. Але якщо заперечення змінює інферований стан речей, має місце не пресупозиція, а імплікація.

Імплікатура відрізняється від імплікації та пресупозиції тим, що вона виникає безпосередньо в дискурсі, мовець її інтендує, тобто свідомо хоче донести до адресата. Натомість імплікація та пресупозиція є суто логічними типами виведення. Втім, імплікатура може бути пресупозиційною або імплікаційною, залежно від того, на якому типі виведення вона базується. Прикладом, анекдот (1) містить дві імплікатури: одну пресупозиційну і одну імплікаційну. Тест на заперечення виглядає тут у такий спосіб:

1) *Die Blondinen haben nicht nach 10 Jahren die Witze (= gleich) begriffen, die man jetzt über sie macht. >> Man macht jetzt Witze über Blondinen, wo sie als dumm präsentiert werden.*

2) *Die Blondinen haben nicht nach 10 Jahren (= gleich) die Witze begriffen, die man jetzt über sie macht. +> Die Blondinen sind nicht dumm.*

Перша імплікатура витримує тест на заперечення, тому вона є пресупозиційною, натомість друга імплікатура змінюється в разі заперечення висловлення, тому вона є імплікаційною.

Спостерігаємо прийом актуалізації пресупозиції [22, с. 117; 25, с. 324]. Актуалізація – перехід мовної одиниці з мови в мовлення, реалізація її потенційних властивостей [1, с. 87]. Мовець інтендує пресупозицію, і вона перетворюється на імплікатуру. Під час актуалізації тригер пресупозиції стає тригером імплікатури – пресупозиція актуалізується (тобто активується у свідомості слухача) в якості імплікатури.

Навмисна, інтендована передача імплікатури відбувається тільки у комунікації. Комунікативна специфіка анекдоту полягає в тому, що він, як і будь-який художній текст, передбачає два рівні комунікації: вертикальну комунікацію – між автором/оповідачем та аудиторією, та горизонтальну – між персонажами.

Головний рівень – вертикальна комунікація. Вона має подвійного адресанта, яким виступають автор анекдоту й оповідач (ретранслятор), а адресатом є окремий комунікант (слухач або читач) або група комунікантів (аудиторія), до яких адресант намагається донести гумористичний пуант і викликати сміхову реакцію.

Крім вертикальної, є ще горизонтальна – комунікація між персонажами, де адресантом і адресатом виступають персонажі. Як і в будь-якому художньому тексті, горизонтальна комунікація є вторинною відносно вертикальної. Навіть якщо імплікатура генерується висловленням певного персонажа і спрямована до іншого персонажа, автор/оповідач анекдоту використовує її для впливу на слухача.

Анекдот демонструє три комунікативні можливості інтендування імплікатури, у тому числі пресупозиційної:

1) $A_{(B)} +> Ч$: автор/оповідач у своєму висловленні передає імплікатуру читачу/слухачу;

2) $(\Pi_{(B)} +> \Pi^2) = (A_{(B)} +> Ч)$: персонаж-1 у своєму висловленні передає імплікатуру персонажу-2, і одночасно автор/оповідач передає читачу/слухачу ту ж саму імплікатуру, яку він вклав у висловлення персонажа-1;

3) $A(\Pi_{(B)}) +> Ч$: автор/оповідач передає читачу/слухачу імплікатуру, яку він вклав у висловлення персонажа-1.

Анекдот (1) ілюструє перший тип імплікатури залежно від комунікативної специфіки анекдоту. Тут наявні тільки слова автора. У анекдоті (2), крім слів автора, наявний діалог персонажів; імплікатура передається одним персонажем іншому та одночасно автором читачеві:

(2) Ein junger Rechtsanwalt richtet sich eine neue Praxis ein. Schon am zweiten Tag kam ein Besucher. Um stark beschäftigt und erfolgreich zu wirken, nahm der Rechtsanwalt, als der Besucher das Büro betrat, den Hörer ab und sprach mit wichtiger Miene ins Telefon:

– Gut, und sagen Sie Herrn Minister, dass wir dieses Problem morgen im Ministerium besprechen. Dann wandte er sich an den Besucher:

– Was wünschen Sie bitte?

– Ich? Nichts. Ich bin nur gekommen, um Ihr Telefon anzuschließen.

Гумористичний пуантом є останнє висловлення персонажа-2, яке генерує ланцюжок імплікатур. Перша імплікатура – пресупозиційна, а друга – імплікаційна: +>> *Das Telefon ist nicht angeschlossen.* +> *Ich habe verstanden, dass Sie mich in die Irre führen wollten.* Тест на заперечення виглядає у такий спосіб: *Ich bin nicht gekommen, um Ihr Telefon anzuschließen.* >> *Das Telefon ist nicht angeschlossen.*

У третьому випадку автор передає читачу імплікатуру, яку він вклав у висловлення персонажа-1, але сам персонаж цю імплікатуру не усвідомлює:

(3) Kommt die Putzfrau zum Chef der Bank:

– Können Sie mir bitte mal den Tresorschlüssel geben?

– Hä? Was...wie...warum denn?

– Ach, es ist immer so lästig, zum Saubermachen den Tresor mit der Hutnadel aufmachen zu müssen...

Гумористичним пуантом анекдоту є останнє висловлення, яке генерує дві імплікатури – пресупозиційну та імплікаційну: +>> *Die Putzfrau hat den Tresor beim Saubermachen aufgemacht.* +> *Jeder beliebige kann den Tresor aufmachen.* Пресупозиційна імплікатура витримує тест на заперечення: *Es ist immer nicht so lästig, zum Saubermachen den Tresor mit der Hutnadel aufmachen zu müssen.* >> *Die Putzfrau hat den Tresor beim Saubermachen aufgemacht.* Приблизно не усвідомлює пресупозицію свого висловлення, а от автор анекдоту використовує її, щоб передати на її ґрунті імплікатуру про те, що прибиральниця відкривала сейф задля прибирання, а отже, будь-хто може його відкрити.

Типи пресупозиційних імплікатур відповідають різновидам пресупозицій, які виокремлюються за типом мовного тригера [5, с. 345; 10, с. 134; 20; 23; 24, с. 48]. В анекдотах представлено такі типи пресупозицій, як фактивні, лексичні, структурні та екзистенційні.

Фактивну пресупозицію ілюструє приклад (1). Фактивними є такі пресупозиції, тригерами яких є фактивні предикати на зразок *wissen, bereuen, bemerken, erkennen, verstehen* тощо – такі, що вводять об'єкт і пресупонують істинність вираженої пропозиції [21]. Інакше кажучи, для того, щоб знати/зрозуміти/впізнати дещо, треба, щоб це дещо мало місце. У анекдоті (1) фактивним дієсловом є *begreifen*, об'єктом є іменник *Witze*. Тому висловлення *Dann haben die Blondinen die Witze begriffen, die man jetzt über sie macht* має пресупозицію *Man macht jetzt Witze über Blondinen*. А знання про те, що в цих анекдотах блондинки подаються як дурні, належить до загального пресупозиційного фонду носіїв німецької мови.

Лексичну пресупозицію ілюструє анекдот (2). Лексичні пресупозиції – такі, що ґрунтуються на буквальному значенні лексичних одиниць [5, с. 345]. Наприклад, значення дієслова *anschließen* у анекдоті (2) передбачає сему «приклад, який підключають, має бути не підключеним». Саме цю сему і хоче передати мовець, і одночасно автор анекдоту в пуанті: *Ich bin nur gekommen, um Ihr Telefon anzuschließen* пресупонує *Das Telefon ist nicht angeschlossen*.

Структурні пресупозиції – такі, що прив'язані до певних структурних типів висловлення, наприклад, до інфінітивної конструкції [20]. Структурну пресупозицію ілюструє анекдот (3). Імплікативний предикат *es ist lästig etwas zu machen* має пресупозицію *Jemand macht etwas / hat etwas gemacht*. Тож висловлення *es ist immer so lästig, zum Saubermachen den Tresor mit der Hutnadel aufmachen zu müssen* пресупонує *Die Putzfrau hat den Tresor beim Saubermachen mit der Hutnadel aufgemacht*.

Екзистенційні пресупозиції (пресупозиції існування) передбачають, що якщо мовець вживає у контексті висловлення певні номінативні одиниці, то він стверджує факт існування відповідного явища [24, с. 48]. Використання таких пресупозицій у пуанті анекдоту ґрунтується на дещо іншому механізмі, ніж у випадку інших різновидів. У попередніх прикладах мовець свідомо використовує пресупозицію, щоб передати адресатові певну інформацію. Останній анекдот ілюструє не імпліцитне пресупозиційне твердження мовця, а імпліцитне заперечення пресупозиції висловлення мовця у реактивному висловленні адресата:

(4) Der Gefängnisdirektor:

– Was wird nur Ihr armer Vater dazu sagen, dass sie schon wieder hier sind?

– Fragen Sie ihn doch selbst. Er sitzt nur drei Zellen weiter!

Словосполучення *Ihr armer Vater* є тригером пресупозиції *Ihr Vater ist arm* (тобто *unglücklich Ihretwegen*). Але ця пресупозиція актуалізується тільки у останньому висловленні адресата, яке є гумористичним пуантом. Це висловлення генерує дві імплікаційні імплікатури, остання є запереченням пресупозиції мовця: +> *Mein Vater ist auch Verbrecher.* +> *Mein Vater ist nicht arm (= nicht unglücklich meinetwegen).* Тест на заперечення виглядає у такий спосіб: *Ihr armer Vater wird dazu nichts sagen.* >> *Ihr Vater ist arm.*

Отже, німецькомовний анекдот демонструє два типи актуалізації пресупозиційних імплікатур: інтендування мовцем пресупозиції свого висловлення в якості імплікатури та заперечення в імплікатурі адресатом пресупозиції висловлення мовця.

Висновки і пропозиції. Підсумовуючи викладене, можемо зробити такі висновки. У німецькомовному анекдоті актуалізація пресупозиції відбувається на ґрунті: 1) інтендування мовцем фактивної, лексичної або структурної пресупозиції висловлення; 2) імпліцитного заперечення адресатом екзистенційної пресупозиції висловлення мовця. Іntenдована пресупозиція висловлення використовується автором анекдоту в гумористичному пуанті в якості пресупозиційної імплікатури, яка зазвичай супроводжується імплікаційною імплікатурою. Актуалізація пресупозиційної імплікатури в анекдоті відбувається на рівні вертикальної комунікації з можливістю залучення горизонтальної комунікації.

Перспективним уявляється поглиблення аналізу актуалізації пресупозиції в анекдоті та встановлення типів зв'язків між актуалізованими пресупозиційними й імплікаційними імплікатурами.

Список літератури:

1. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. Москва : Изд-во иностр. лит-ры, 1955. 416 с.
2. Грайс П. Логика и речевое общение. *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва : Прогресс, 1985. Вып. 16. С. 217–237.
3. Дземидок Б. О комическом [пер. с польск. С. Свяцкий; авт. послесл. А. Зись]. Москва : Прогресс, 1974. 223 с.
4. Карасев Л.В. Парадокс о смехе. *Вопросы философии*. Москва : Наука, 1989. № 5. С. 47–65.
5. Кифер Ф.О. О пресуппозициях. *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва : Прогресс, 1978. Вып. 8. С. 337–369.
6. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика. Москва : Эдиториал УРСС, 2007. 352 с.
7. Курганов Е. Анекдот как жанр. СПб. : Академический проект, 1997. 123 с.
8. Літературознавчий словник-довідник / Р.Т. Гром'як, Ю.І. Ковалів та ін. Київ : ВЦ «Академія», 1997. 752 с.
9. Лук А.Н. О чувстве юмора и остроумии. Москва : Искусство, 1968. 191 с.
10. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. Москва : Гнозис, 2003. 280 с.
11. Мартынюк А.П. Несоответствие норме как источник смехового эффекта в тексте англоязычного анекдота. *Записки з романо-германської філології*. Вип. 20. Одеса : Фенікс, 2008. С. 80–89.
12. Месропова О.М. Структурные прагматические и содержательные аспекты текстотипов «анекдот» и «шутка»: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. СПб., 2006. 18 с.
13. Никитин М.В. Курс лингвистической семантики. СПб. : Научный центр проблем диалога, 1996. 760 с.
14. Норман Б.Ю. К анализу анекдота как жанра непрямого коммуникации. *Непрямая коммуникация*. Саратов : Колледж, 2003. С. 283–290.
15. Падучева Е.В. Высказывание и его соотносительность с действительностью (референциальные аспекты семантики местоимений). Москва : Эдиториал УРСС, 2002. 288 с.
16. Почепцов Г.Г. Избранные труды по лингвистике. Харьков : ХНУ имени В.Н. Каразина, 2009. 556 с.
17. Самохіна В.О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США. Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2012. 360 с.
18. Givon T. Forward implications, backward presuppositions and the time axis of verbs. Kimball J.P. (ed.) *Syntax and Semantics*. Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1972. Vol. 1. P. 29–50.
19. Kadmon N. Formal pragmatics: semantics, pragmatics, presupposition, and focus. London : Wiley-Blackwell, 2001. 442 p.
20. Karttunen L. Presuppositions of Compound Sentences. *Linguistic Inquiry*. Vol. 4. No. 2. 1973. P. 169–193.
21. Kiparsky P. Fact. *Progress in linguistics*. The Hague : Mouton, 1970. P. 143–173.
22. Kotschi T. Negation und Implikation: Bemerkungen zum Begriff der Präsupposition als semantischer und pragmatischer Kategorie. *Deutsche Sprache*. 1976. Heft 4. S. 97–119.
23. Lakoff G. Linguistics and natural logic. *Synthese*. No. 22. 1970. P. 151–271.
24. Meibauer J. Pragmatik. Tübingen : Stauffenburg, 2001. 208 p.
25. Ulfag A. Präsuppositionen und Hintergrundwissen. Eine Kritik am formalpragmatischen Präsuppositions-begriff. Prayer G. et al. A. (Hg.) *Intention – Bedeutung – Kommunikation*. Opladen : Westdeutscher Verl., 1997. P. 321–342.

УДК 81'373=111:165

Біргітта Телман Бек

Відділ Шведських середніх закладів, м. Стокгольм, Швеція

Агейчева А.О., Лелюк В.Р., Безручко М.С.

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

КОГНІТИВНІ І ПРАГМАТИЧНІ ЧИННИКИ УТВОРЕННЯ НОВИХ СЛІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Анотація. Статтю присвячено аналізу когнітивних і прагматичних чинників утворення нових слів в англійській мові. Застосовано такі методи лінгвістичного аналізу, як дефініційний, семантичний і словотвірний аналіз, метод кількісних підрахунків; матеріал дослідження отримано шляхом суцільної вибірки із лексикографічних джерел. Зосереджено увагу на розгляді та класифікації неологізмів на основі співвідношення різних когнітивних мотивів їх формування.

Ключові слова: когнітивний чинник, прагматичний чинник, неологія, неологізм, словотвір.

Birhitta Thellman Bek

Swedish Secondary Institutions Department

Ageicheva A.O., Leliuk V.R., Bezruchko M.S.

Poltava National Technical Yuriy Kondratyuk University

COGNITIVE AND PRAGMATIC FACTORS OF FORMING NEW WORDS IN ENGLISH

Summary. The article is concerned with the analysis of cognitive and pragmatic factors in the formation of new words in English. Such methods of linguistic research as definition, semantic and word-formation analysis as well as the method of quantitative calculations have been applied; empiric material under study has been selected from lexicographic sources by means of continuous sampling method. The attention is focused on the consideration and classification of neologisms on the basis of the ratio of different cognitive motives of their formation.

Keywords: cognitive factor, pragmatic factor, neology, neologism, word formation.